

Управління активами підприємства базується на оцінці рівня їх капіталізації та спрямоване на нарощення вартості активів, зростання вартості підприємства в цілому, підвищення його конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості. Це досягається такими шляхами:

- формування обсягу капіталу, достатнього для забезпечення необхідних темпів економічного розвитку підприємства;
- забезпечення максимальної дохідності капіталу при передбачуваному рівні фінансового ризику;
- оптимізація розподілу капіталу за видами діяльності та напрямками використання;
- забезпечення фінансової гнучкості та постійної фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку [1].

Основний проблемний аспект управління активами підприємства полягає у виборі адекватних методів та аналітичних процедур, що дозволяють виявляти, оцінювати, формувати необхідні підприємству стратегічні активи та забезпечувати ефективну політику управління ними [2, с. 72].

Таким чином, дослідження пасивів та активів є головною складовою аналізу фінансового стану підприємства, оскільки дає змогу оцінити фінансову ліквідність, стійкість і ділову активність суб'єкта господарювання.

#### **Література**

1. Ротар Д.А. Ключові особливості стратегічного управління активами підприємств та шляхи його удосконалення [Електронний ресурс] / Д.А. Ротар. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/14\\_NPRT\\_2011/Economics/3\\_87197.doc.htm](http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2011/Economics/3_87197.doc.htm).
2. Грінько А.П. Класифікація основного капіталу як інформаційний інструментарій бухгалтерського обліку / А.П. Грінько // Економіка і управління підприємством. – 2015. – № 2. – С. 72-76.

**Влох Т. А.,** ст. гр. ФСТМ-11  
**Рендович П. М.,** к.е.н.

### **ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ФІНАНСУВАННЯ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

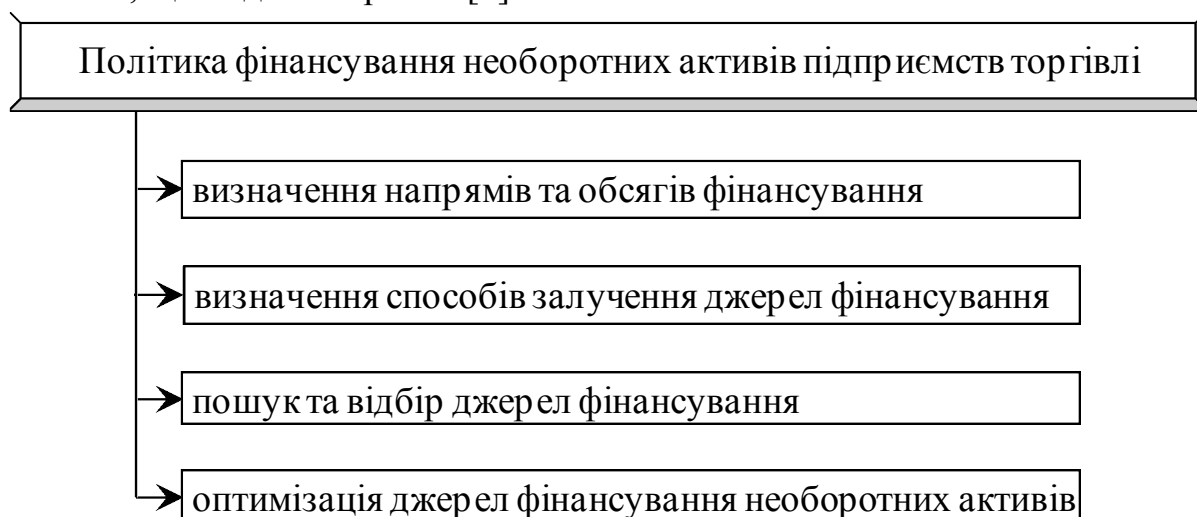
Політика фінансування необоротних активів є складовою частиною інвестиційної політики підприємства і за своєю суттю відповідає такому її етапу як формування інвестиційних ресурсів. В економічній літературі у загальному вигляді процес формування інвестиційних ресурсів підприємства складається з чотирьох основних етапів [1]:

- визначення потреби в інвестиційних ресурсах;
- визначення можливостей формування інвестиційних ресурсів за рахунок різних джерел;

- визначення методів фінансування інвестиційних проектів;
- оптимізація структури фінансових (інвестиційних) ресурсів.

У цілому погодитися з існуючим у літературі процесом формування інвестиційних ресурсів не можливо. Це стосується другого та третього етапів, зі змісту яких випливає, що спочатку визначаються джерела фінансування, а після цього методи фінансування. Але кожне конкретне джерело вже передбачає чітко визначений йому метод фінансування. З цієї позиції виходить, що наступний третій етап тільки констатує, який метод фінансування буде використовуватися, бо фактично метод фінансування був обраний під час визначення певного джерела фінансування. Тому, щоб усунути існуюче протиріччя, запропоновано у процесі формування інвестиційних ресурсів другий та третій етапи поміняти місцями. Логічно, що спочатку визначаються доступні для підприємства способи залучення джерел, а потім під ці способи знаходяться відповідні їм джерела фінансування.

Враховуючи вище зазначене, пропонуємо технологію здійснення політики фінансування необоротних активів підприємств торгівлі, яка містить в собі етапи, що подані на рис. 1 [2].



**Рис. 1. Етапи здійснення політики фінансування необоротних активів підприємств торгівлі**

Основний етап формування політики фінансування необоротних активів полягає у визначенні необхідного обсягу фінансування з урахуванням потреб підприємства торгівлі у необоротних активах. При цьому визначення потреби у необоротних активах здійснюється у грошовому вимірі. Визначати потребу в необоротних активах необхідно відповідно до запропонованої класифікаційної ознаки необоротних активів – за речовою сутністю. Тому послідовність дій на цьому етапі полягає у визначенні потреб фінансування:

- матеріальних необоротних активів: основні засоби, незавершене будівництво;
- нематеріальних необоротні активи: нематеріальні активи;

– фінансових необоротних активів: довгострокові фінансові вкладення, відстрочені податкові активи;

– загальної суми необхідних необоротних активів.

Основою для цих процесів виступають плани інвестиційної діяльності підприємства торгівлі у напрямку реального інвестування. Визначена таким чином загальна сума коштів, а також необхідні суми коштів для кожного виду необоротних активів виступають тим орієнтиром, на який спрямовані пошуки підприємством необхідних коштів.

Під час вибору щодо придбання об'єктів основних засобів, за можливістю, варто віддавати перевагу універсальним основним засобам, що враховує особливість підприємств торгівлі – частоті зміни спеціалізації та дозволить їх використовувати після її зміни, а також тим основним засобам, що не піддані ризику швидкого морального зносу, що знизить необхідність скорішого оновлення через моральний знос останніх.

Вважаємо, що важливим напрямом на цьому етапі може стати пошук можливостей зниження потреби у придбанні необоротних активів. Одним з таких шляхів є оренда основних засобів. Виходячи із класифікації необоротних активів відповідно зі специфікою діяльності підприємства торгівлі, на цьому етапі варто врахувати, що підприємства оптової торгівлі матимуть потребу в складських приміщеннях, а підприємства роздрібною торгівлі – у торговельних. Вартість обох приміщень є великою і не кожне підприємство зможе отримати фінансування на їх придбання. Ця проблема може бути вирішена із використанням оренди, доцільність якої можна визначити відомими підходами.

#### **Література**

1. Бузько И.Р. Стратегическое управление инвестициями и инновационная деятельность предприятия / И.Р. Бузько, Е.В. Варганова, А.А. Голубченко. – Луганск: Издательство Восточнoукраинского национального ун-та им. В. Даля, 2012. – 176 с.

2. Зубков С.О. Класифікація джерел фінансування необоротних активів / С.О. Зубков // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2015. – Вип. 1. – С. 263-269.

3. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність / В.В. Пастухова. – К.: КНТЕУ, 2002. – 301 с.

**Губай С. О.,** ст. гр. ФСГм-11  
**Костецький В. В.,** к.е.н., доцент

## **ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Ключовим моментом загальної концепції ефективності функціонування і розвитку підприємства є розробка стратегії інвестиційної привабливості. Стратегія інвестиційної привабливості підприємства ґрунтується на